

---

# NOOTY

## (PERENCANAAN PENDIRIAN USAHA MI *BURGER*)

**Steffi Silvianty**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MDP, Jl. Rajawali No. 14 Palembang, Telp +62(711)376400

Jurusan Ilmu Ekonomi Manajemen, STIE MDP, Palembang

e-mail: [zhen.steffi@gmail.com](mailto:zhen.steffi@gmail.com)

### ***Abstrak***

NooTy merupakan pendirian usaha bidang kuliner yang menawarkan makanan cepat saji berupa mi *burger*. Keunikan dari NooTy adalah produk ini menggunakan mi sebagai pengganti roti sehingga disebut sebagai mi *burger*. Sementara keunggulan dari usaha bisnis NooTy adalah belum adanya pesaing yang menjual produk sejenis di daerah Palembang sehingga NooTy menjadi bisnis mi burger pertama yang ada di Palembang. Kehadiran NooTy dipicu oleh banyaknya masyarakat Palembang yang mengonsumsi mi dan remaja yang menjadikan burger sebagai makan siang mereka. Pada aspek keuangan, NooTy dinyatakan layak usahanya dengan menggunakan metode-metode seperti payback period, NPV, IRR dan BEP.

### ***Abstract***

*NooTy is a business establishment that offers the culinary field in the form of fast food noodles burger. The uniqueness of this product NooTy is using noodles instead of bread so called noodles burger. The advantages of business NooTy is the absence of competitors who sell similar products in the area of Palembang so NooTy become first business noodles burger in Palembang. The presence of NooTy triggered by by many people in Palembang who consume noodles and teenagers who make burgers as their lunch. On the financial aspect, NooTy is declared as an eligible business by using some methods such as payback period, NPV, IRR and BEP.*

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha**

Seiring perkembangannya, *burger* sekarang sudah banyak mengalami perubahan dari segi bahan makanan seperti *burger* tempe, dimana *burger* yang isinya berupa daging diganti menjadi tempe atau bisa juga roti yang biasa digunakan diganti menjadi tempe. Juga ada *burger* nasi dimana roti pada *burger* diganti menjadi nasi. Tidak hanya itu, sekarang *burger* juga sekarang bisa disajikan dengan menggunakan mi sebagai pengganti roti yang disebut mi *burger*.

Menurut hasil survei Badan Penelitian dan Pengembangan (BaLitBang) tahun 2013, sebesar 18.2% masyarakat provinsi Sumatera Selatan mengonsumsi mi lebih dari 1 kali per hari. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mudjianto, dkk (1994), bahwa sebanyak 15-20% remaja di Jakarta biasa mengonsumsi *fried chicken* dan *burger* sebagai makan siang. Melihat data yang telah didapat di atas, maka peluang bisnis mi *burger* ini akan mendapatkan perhatian dari masyarakat khususnya remaja

---

## 1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Nilai-nilai Budaya

### a. Visi

Visi NooTy adalah menjadikan NooTy sebagai mi *burger* terbaik serta dikenal masyarakat di Palembang.

### b. Misi

Misi NooTy adalah:

1. Terus berinovasi dalam mengembangkan varian rasa.
2. Meningkatkan pelayanan demi kepuasan konsumen.
3. Membuka cabang di beberapa tempat.
4. Menjual produk dengan harga yang terjangkau tetapi dengan kualitas dan rasa yang enak.

### c. Tujuan Usaha

Tujuan dari usaha NooTy adalah menyajikan mi *burger* sebagai suatu kuliner yang baru di daerah Palembang dan menyediakan lapangan kerja bagi pekerja.

### d. Nilai-nilai Budaya

Nilai budaya yang ingin NooTy ciptakan adalah memberikan produk yang terbaik kepada para konsumen dengan menerapkan terjaminnya kualitas produk tersebut.

Nilai budaya yang dianut ini akan selalu dilaksanakan dalam proses pembuatan dan melayani semua konsumen. Untuk mewujudkan budaya dalam perusahaan tersebut, maka diterapkan strategi, antara lain:

1. Membuat produk secara produktif dan optimal.
2. Bersikap ramah kepada konsumen dan bersedia menerima saran dan masukan bahkan *request*.

## 2. GAMBARAN USAHA

NooTy merupakan makanan cepat saji yang berupa mi yang di cetak bundar sebanyak dua buah dan ditengahnya diisi dengan daging ayam, sayur-sayuran, serta saus. NooTy menawarkan varian rasa pada mi, yaitu rasa super pedas, saus tiram, dan *barbeque*. Mi *burger* super pedas memiliki rasa yang pedas, sedangkan rasa saus tiram menawarkan mi *burger* dengan rasa saus tiram dan rasa *barbeque* menawarkan rasa saus *barbeque* pada mi *burger* sehingga bisa memberikan cita rasa sendiri. Konsumen juga bisa memesan untuk menambahkan keju pada pesanan.

NooTy akan membuka usaha dengan menggunakan *booth stand* dan membukanya di sekitaran Jl. Kolonel Atmo Palembang. Dipilihnya lokasi ini karena berdekatan dengan sekolah SMP Xaverius Maria dan SMA Xaverius Tiga, serta SD, SMP, dan SMA Methodist 2 Palembang. Selain itu juga, di sekitar lokasi tersebut banyak tempat usaha yang ramai pengunjungnya sehingga kondisi ini dapat dijadikan peluang usaha untuk NooTy. Proses pemasaran NooTy kepada konsumen melalui berbagai media *online* seperti *Blackberry Messenger*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Line*. NooTy juga melakukan proses pemasaran melalui brosur yang akan disebar di beberapa tempat seperti sekolah, tempat les, dan *mall*.

Keunikan dari NooTy adalah produk ini menggunakan mi kering sebagai pengganti roti. Sementara keunggulan usaha bisnis NooTy adalah belum adanya pesaing yang menjual produk sejenis yaitu mi *burger* di daerah Palembang sehingga NooTy menjadi bisnis mi *burger* pertama yang ada di Palembang. Selain itu, dari data BaLitBang pada tahun 2013 bahwa Sumatera Selatan menjadi pengonsumsi mi instan terbesar kedua di Indonesia. Lokasi usaha yang juga strategis di pusat kota membuat NooTy lebih mudah untuk dijangkau oleh konsumen.

---

### 3. ASPEK PEMASARAN

#### 3.1 Segmen Pasar, Target Pasar, dan *Positioning*

a. Segmentasi

Dalam hal segmentasi, NooTy membaginya kedalam beberapa segmen yaitu:

- Segmentasi berdasarkan geografis. NooTy hanya membuka usaha di wilayah kota Palembang tepatnya di sekitaran Jl. Kolonel Atmo.
- Segmentasi berdasarkan demografis. NooTy menjual kepada semua kalangan masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah hingga menengah ke atas.
- Segmentasi berdasarkan psikografis. NooTy dijual kepada semua kalangan masyarakat yang memang menyukai makanan cepat saji.

b. *Targeting*

Menurut Kotler (2008, h.59), target pasar adalah sekelompok konsumen yang merespon dengan cara yang sama terhadap sejumlah usaha pemasaran tertentu.

Dalam hal *targeting*, NooTy menargetkan konsumen berumur 12-19 tahun yang menyukai makanan cepat saji.

c. *Positioning*

*Positioning* dari usaha NooTy adalah :

- Dari segi produk, produk *burger* NooTy mempunyai keunikan yaitu mi yang dipakai sebagai pengganti roti.
- Dari segi lokasi, NooTy menempatkan usahanya di lokasi strategis yaitu di pusat kota dimana terdapat beberapa sekolah dan banyak toko.

#### 3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

a. Perkiraan Permintaan

Di bawah ini merupakan tabel permintaan pertahun dengan asumsi kenaikan sebesar 5% terhadap produk NooTy.

**Tabel 1** Perkiraan Permintaan NooTy selama 3 Tahun Mendatang

Tahun	Proyeksi Permintaan (dalam unit)
2015	574.560
2016	603.288
2017	633.452

b. Perkiraan Penawaran

Untuk memperkirakan jumlah penawaran NooTy, penulis melakukan survei penawaran pada pesaing NooTy, Berikut ini adalah tabel jumlah perkiraan penawaran pesaing di Indonesia.

**Tabel 2** Penawaran Pesaing di Kota Palembang

Produsen	Penawaran per hari	Penawaran per bulan	Penawaran per tahun
RM. Sumatera	22	660	7920
D'star Crispy	10	300	3600
Edam Burger	24	720	8640
Lain-lain	40	1.200	14.400
Total	96	2.880	34.560

Sumber : Hasil Survei Pesaing, 2014

---

### 3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Kenaikan permintaan pasar NooTy tiap tahunnya di asumsikan akan naik sebesar 5%. Penawaran rencana penjualan usaha NooTy di asumsikan akan naik sebesar 10% setiap tahunnya.

**Tabel 3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar NooTy Selama 3 Tahun**

Tahun	Permintaan Potensial	Penawaran Pesaing	Peluang	Rencana Penjualan	Pangsa Pasar
2015	574.560	34.560	540.000	10.800	2%
2016	603.288	36.288	567.000	11.880	2.1%
2017	633.452	38.102	595.350	13.068	2.2%

### 3.4 Analisis SWOT

Menurut Kotler (2008, h.64), analisis SWOT (*SWOT analysis*) adalah penilaian menyeluruh terhadap *strengths* (S), *weaknesses* (W), *opportunities* (O) dan *threats* (T) perusahaan.

Berikut adalah tabel yang berisikan analisis SWOT usaha NooTy :

**Tabel 4 Analisis SWOT NooTy**

<p><i>Strenght</i> (Kekuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum ada pesaing produk sejenis</li> <li>- Lokasi strategis</li> </ul>	<p><i>Weaknesses</i> (Kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk yang tidak tahan lama</li> <li>- Merek yang belum terkenal</li> </ul>
<p><i>Opportunities</i> (Peluang)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bisnis baru di kota Palembang</li> <li>- Masyarakat Palembang banyak yang mengkonsumsi mi</li> </ul>	<p><i>Threats</i> (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Munculnya pesaing baru</li> <li>- Pesaing lama yang lebih terkenal.</li> </ul>

### 3.5 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

#### 3.5.1 Produk (*Product*)

Produk yang diproduksi dan dijual NooTy adalah mi *burger* dengan tiga varian rasa. Produk ini sangat unik karena *burger* yang biasanya dikenal masyarakat menggunakan roti diganti menjadi mi.



**Gambar 1 Mi Burger NooTy**

Merek dan kemasan juga akan menjadi pengingat bagi masyarakat akan produk yang dijual. Untuk itu NooTy menciptakan merek yang sederhana namun unik sehingga mudah diingat dalam pikiran konsumen.

#### 1. Logo



**Gambar 2 Logo NooTy**

## 2. Kemasan

NooTy menggunakan kemasan *foam burger* sebagai wadah dari mi *burger* sehingga konsumen bisa membawa pulang mi *burger* dan mengkonsumsinya di rumah. Sedangkan konsumen yang ingin menyantap mi *burger* NooTy secara langsung, NooTy akan hanya akan membungkus mi *burger* dengan menggunakan kertas pembungkus.

### 3.5.2 Harga (*Price*)

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler 2008, h.439).

Bila melihat dari perbandingan pada harga pesaing yang berkisar dari harga Rp 7.000 – Rp 13.000, sedangkan harga mi *burger* NooTy sebesar Rp 14.000. maka harga dari mi *burger* NooTy terbilang cukup mahal dalam pasarannya. Walaupun begitu, strategi penetapan harga yang dilakukan usaha ini bukan fokus pada keuntungan yang tinggi, tetapi lebih pada jumlah permintaannya.

### 3.5.3 Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau *brand* yang dijual (Kotler 2008, h.510).

#### a. *Advertising* (Periklanan)

Bentuk promosi NooTy adalah membagikan brosur di beberapa tempat seperti daerah kampus, sekolah, *mall*, tempat kursus dan daerah sekitar Jl. Kolonel Atmo. NooTy juga akan memasang iklan *online* melalui berbagai aplikasi jejaring sosial yang saat ini banyak digunakan seperti *Blackberry Messenger*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Line*. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

#### b. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Kotler (2008) menyatakan bahwa *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) memiliki beberapa tujuan menarik konsumen baru untuk melakukan uji coba terhadap suatu produk. Ini bisa ditempuh melalui promosi berupa diskon yang akan dilakukan oleh NooTy seperti beli 3 gratis 1. Dengan adanya promosi seperti program diskon, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk.

#### c. *Personal Selling* (Penjualan Personal)

Penjualan personal adalah presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan dengan tujuan melakukan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan (Kotler 2008, hal.182).

Penjualan personal yang dapat dipergunakan sebagai media promosi oleh NooTy adalah melalui promosi secara pribadi dan langsung kepada oleh pemilik kepada keluarga, teman, dan masyarakat di sekitar lokasi dengan mengabi-bagikan brosur.

#### d. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Bentuk *public relation* yang dilakukan oleh NooTy adalah membalas atas setiap *comment* dari konsumen yang ada di jejaring sosial atau media *online*, sehubungan dengan hal yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk NooTy.

### 3.5.4 *Placement*

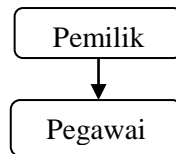
Lokasi dari bisnis ini akan di tempatkan di sekitar Jl. Kolonel Atmo Palembang. Lokasi ini sangat strategis karena merupakan pertemuan jalur angkot atau bus kota di wilayah kota Palembang sehingga diyakini bahwa bisnis penjualan mi *burger* dapat berkembang dan maju. Hal ini juga didasarkan atas pengamatan

terhadap lokasi tersebut yang berada dekat dengan Sekolah SMP Xaverius Maria, SMA Xaverius 3, serta TK, SD, SMP dan SMA Methodist 2 Palembang.

#### 4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

##### 4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Nama Usaha : NooTy  
 Nama Pemilik : Steffi Silvianty  
 Alamat Tempat Usaha : Jl.Kolonel Atmo Palembang  
 Bentuk Badan Hukum : Perusahaan Perseorangan  
 Struktur Organisasi :



Sumber : Penulis

**Gambar 3 Struktur Organisasi NooTy**

##### 4.2 Perijinan

Perijinan dalam suatu bisnis sangatlah penting, dimana apabila suatu bisnis tidak memiliki ijin maka bisnis tersebut akan dianggap tidak legal dan akan berdampak pada masalah hukum. Karena usaha NooTy masih tergolong usaha kecil, maka ijin hanya dilakukan ke Perijinan Industri Rumah Tangga (P-IRT), dan jika usaha NooTy sudah berjalan dan mengalami kemajuan, maka NooTy akan membuat sebuah gerai atau toko yang akan memerlukan ijin usaha.

##### 4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

NooTyakan melakukan penyusunan jadwal pelaksanaan Pra Operasi selama 3 bulan terdiri dari survei pasar, menyusun rencana usaha, perizinan, pembelian peralatan, seleksi karyawan, pelatihan karyawan, uji coba produksi, promosi, sampai pembukaan mulai usaha

#### 5. ASPEK PRODUKSI

##### 5.1 Pemilihan Lokasi Usaha

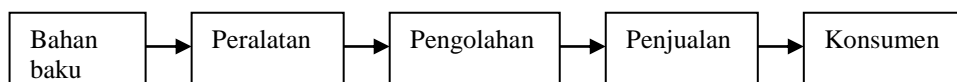
Pemilihan lokasi yang tepat dan strategis merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi jumlah penjualan produk. Setelah melakukan penyeleksian tempat usaha dari segi lokasi dan modal usaha, NooTy memutuskan memilih lokasi di sekitaran Jl. Kolonel Atmo Palembang dengan pertimbangan dekat dengan target pasar.

##### 5.2 Rencana Tata Letak

Konsep penjualan NooTy dilakukan dengan menggunakan *booth stand* sehingga tidak menggunakan tata letak yang detail.

##### 5.3 Proses Produksi / Gambaran Teknologi

Proses produksi NooTy dilakukan dalam dapur dengan memanfaatkan sarana dan prasarana. Proses produksi yang baik akan menghasilkan produk yang baik juga.



**Gambar 4 Proses Produksi NooTy**

#### 5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Bahan baku merupakan salah satu faktor penting untuk mendukung proses produksi dalam suatu usaha, sehingga proses produksi dapat berjalan dengan baik dan lancar. NooTy merupakan jenis usaha yang mengutamakan kualitas dan kebersihan bahan baku sehingga produk tetap terjamin kualitasnya.

#### 5.5 Tenaga Produksi

Menurut Henry Simamora (2004, h12) dalam buku koleksi digital Universitas Kristen Petra menyatakan Rekrutmen (*Recruitment*) adalah serangkaian aktivitas mencari dan memikat pelamar kerja dengan motivasi, kemampuan, keahlian dan pengetahuan yang diperlukan guna menutupi kekurangan yang diidentifikasi dalam perencanaan kepegawaian.

NooTy juga berpegang pada prinsip “*right man in the right place*”. Oleh sebab itu, NooTy membutuhkan tenaga kerja yang sesuai dengan bidangnya serta berpengalaman. Hal ini dilakukan karena NooTy menginginkan para karyawan dapat memberikan pelayanan yang lebih kepada pelanggan.

#### 5.6 Mesin dan Peralatannya

NooTy menyiapkan mesin dan peralatan kerja kurang lebih untuk 5 tahun kedepan. Peralatan yang dibutuhkan NooTy berupa rings, kompor gas, tabung gas 3 kg, panci, teflon, spatula, *freezer box*, *booth stand*, chopper (alat giling), peralatan makan (sendok, garpu, mangkok), dan saringan.

#### 5.7 Tanah, Gedung, dan Perlengkapannya

Kegiatan usaha yang akan dijalankan NooTy bertempat di sekitaran Jl. Kolonel Atmo Palembang. Dari hasil survei, salah satu pertimbangan pada saat akan membuka usaha adalah lokasi usaha. Dalam memilih lokasi usaha harus mempertimbangkan dengan matang karena tempat usaha yang tidak tepat dan tidak strategis akan membuat usaha tidak berjalan sesuai dengan harapan. Dimana pemikiran NooTy karena lokasi mempengaruhi biaya dan menentukan penghasilan.

### 6. ASPEK KEUANGAN

#### 6.1 Sumber Pendanaan

Dalam menjalankan sebuah usaha, modal adalah faktor penting begitu juga dengan NooTy. Sumber permodalan NooTy dari tabungan sendiri yaitu sebesar Rp 12.661.200,-.

#### 6.2 Kebutuhan Pembiayaan / Modal Investasi

Modal Investasi NooTy sebesar Rp 5.318.000,-.

#### 6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Pengeluaran kerja NooTy perbulan sebesar Rp 7.343.200,-.

#### 6.4 Analisa Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha bertujuan untuk menentukan alokasi sumber-sumber perusahaan sebaik mungkin kedalam setiap kegiatan usaha NooTy untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Untuk mengukur layak atau tidaknya usaha NooTy menggunakan metode *Payback Period*, *Net Present Value* dan *Internal of Return*.

##### 6.4.1 Payback Period

*Payback Period* untuk NooTy adalah selama 2 bulan 12 hari

##### 6.4.2 Net Present Value

Perhitungan NPV menggunakan *discount rate* dengan *BI rate* sebesar 7.75% (Bank Indonesia, 2014) :

$$\begin{aligned}
 \text{Net Present Value (NPV)} &= \sum_{t=0}^n \left[ \frac{CF}{(1+K)^n} \right] \\
 &= -CF_0 + \frac{CF_1}{(1+K)^1} + \frac{CF_2}{(1+K)^2} + \frac{CF_3}{(1+K)^3} + \dots + \frac{CF_n}{(1+K)^n} \\
 \text{NPV} &= -12.661.200 + \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^1} + \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^2} + \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^3} + \\
 &\quad \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^4} + \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^5} + \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^6} + \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^7} + \\
 &\quad \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^8} + \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^9} + \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^{10}} + \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^{11}} + \\
 &\quad \frac{5.205.654}{(1+0.0775)^{12}} \\
 &= \text{Rp } 27.082.290,-
 \end{aligned}$$

Hasil NPV sebesar Rp 27.082.290,- dan bernilai positif, maka investasi ini layak atau dapat di terima.

#### 6.4.3 Internal of Return

Menurut Brigham dan Houston (2009, h.524), *Internal Rate of Return* (IRR) dinyatakan sebagai tingkat diskonto yang menyamakan nilai sekarang dari ekspektasi arus kas masuk suatu proyek ke nilai sekarang dari biaya proyek.

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

**Tabel 5 Hasil Perhitungan IRR dari Discount Factor**

Bulan	Arus Kas	DF (11%)	PV Kas Bersih	DF (12%)	PV Kas Bersih
1	5.205.654	0.901	4.690.294	0.893	4.648.649
2	5.205.654	0.811	4.221.785	0.797	4.148.906
3	5.205.654	0.731	3.805.333	0.712	3.706.426
<b>Total PV Kas Bersih</b>			<b>12.717.412</b>		<b>12.503.981</b>
<b>Total PV Investasi</b>			<b>12.661.200</b>		<b>12.661.200</b>
<b>NPV</b>		<b>1</b>	<b>56.212</b>	<b>2</b>	<b>(157.219)</b>

$$IRR = 11\% + \frac{56.212}{56.212 - (157.219)} \times (12\% - 11\%)$$

$$= 11\% + 0.26 \times 1\%$$

$$= 11.26\% = 11\%$$

Melihat dari hasil perhitungan IRR yaitu 11%, dan mempergunakan BI rate (sebesar 7,5%) sebagai perhitungan bunga pinjaman, dapat dinyatakan bahwa NooTy melalui perhitungan IRR dinyatakan dapat diterima.

#### 6.5 Analisa Keuntungan

**BEP dalam unit :**

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel persatuan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 42.818.000}{14.000 - (50.618.400/10.800)} \\
 &= 4.597 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

**BEP dalam rupiah :**

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - (\text{Biaya variabel persatuan} / \text{Harga jual per satuan})}$$



$$\text{BEP} = \frac{42.818.000}{1 - (4.687/14.000)}$$

$$= 64.387.970$$

Jadi, untuk mencapai titik BEP, NooTy harus menjual sebanyak 4.597 unit produk atau sama dengan penjualan mencapai Rp 64.387.970.

## 6.6 Laporan Keuangan

Laporan keuangan menurut S. Munawir (2010, h.102) adalah laporan yang berisi kondisi keuangan suatu perusahaan yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, serta laporan-laporan lainnya.

**Tabel 6 Laporan Laba Rugi NooTy**

<b>E.A.T 1 bulan</b>	<b>Rp 5.063.529</b>	<b>Rp 7.635.683</b>	<b>Rp 10.623.698</b>
<b>E.A.T 1 tahun</b>	<b>Rp 60.762.339</b>	<b>Rp 91.628.195</b>	<b>Rp 127.484.391</b>

**Tabel 7 Laporan Perubahan Modal NooTy**

<b>Modal akhir 1 bulan</b>	<b>17.724.729</b>	<b>20.443.747</b>	<b>23.581.565</b>
<b>Modal akhir 1 tahun</b>	<b>154.198.739</b>	<b>186.826.963</b>	<b>224.480.774</b>

**Tabel 8 Laporan Neraca NooTy**

<b>Keterangan</b>	<b>Januari 2015</b>	<b>Januari 2016</b>	<b>Januari 2017</b>
<b>AKTIVA</b>			
<b>Aktiva 1 bulan</b>	<b>17.724.729</b>	<b>20.443.747</b>	<b>23.581.565</b>
<b>Aktiva 1 tahun</b>	<b>154.198.739</b>	<b>186.826.963</b>	<b>224.480.774</b>
<b>MODAL</b>			
<b>Modal akhir 1 bulan</b>	<b>17.724.729</b>	<b>20.443.747</b>	<b>23.581.565</b>
<b>Modal akhir 1 tahun</b>	<b>154.198.739</b>	<b>186.826.963</b>	<b>224.480.774</b>

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua yang telah memberi dukungan finansial dan memotivasi terhadap penyelesaian penulisan business plan ini. Penulis juga berterima kasih kepada para dosen yang telah membantu dan membimbing dalam penulisan business plan ini. Akhir kata, penulis berharap business plan ini dapat berguna bagi pembaca.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anonim 2011, *Portal Berita Resmi*, Diakses pada 22 Oktober 2014, dari [www.depok.go.id](http://www.depok.go.id)
- [2] Anonim 2014, *Data BI Rate*, Diakses pada 03 Desember 2014, dari [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- [3] Assauri Sofjan 2001, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Revisi Fakultas Universitas Indonesia, Jakarta.
- [4] Badan Penelitian dan Pengembangan 2013, *Riset Kesehatan Dasar*, Diakses pada 1 September 2014, dari [www.litbang.depkes.go.id](http://www.litbang.depkes.go.id)

- [5]F.Brigham, Eugene, Joe F.Houston 2009, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Jakarta, Salemba Empat.
  - [6]Kasmir dan Jakfar 2003, *Studi Kelayakan Bisnis*, Kencana, Jakarta.
  - [7]Kotler, Philip dan Gary Amstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
  - [8]Kotler, Philip dan Gary Amstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*, Erlangga, Jakarta.
  - [9]Kotler Philip 2008, *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
  - [10] Mudjianto, dkk 1994, *Kebiasaan Makan Golongan Remaja*, Diakses pada 20 Agustus 2014, dari <http://ejournal.litbang.depkes.go.id>
  - [11] Mulyadi 2001, *Sistem Akuntansi*, Salemba Empat, Jakarta.
  - [12]S. Munawir 2010, *Analisa Laporan Keuangan : Edisi empat*, Liberty, Yogyakarta.
  - [13]Simamora, Henry 2004, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, STIE YKPN, Yogyakarta
  - [14]Syahputra A 2013, *Arti Warna dan Psikologis*, Diakses pada 9 Oktober 2014. Dari <http://reemill.blogspot.com>
  - [15]Zimmerer, Thomas W 2008, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba Empat, Jakarta.
-